PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK ACEH SYARIAH KPO BANDA ACEH

SKRIPSI

Disusun Oleh:

YUSRA

Mahasiswa Fakultas Agama Islam
Jurusan Perbankan Syariah
NPM: 1805190005

PROGRAM SARJANA PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
1444H / 2022 M

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK ACEH SYARIAH KPO BANDA ACEH

YUSRA
NPM: 1805190005

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank Aceh syariah KPO Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini di lakukan terhadap nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dan sampel diambil sebanyak 100 nasabah. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah . Hal ini dapat dilihat dari nilai F- hitung sebesar 14,727 dengan probabilitas signifikan 0,000. Sedangkan secara parsial kedua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. Hal ini dibuktikan, variabel kualitas produk dengan nilai t-hitung sebesar 2,971, dan probabilitas signifikan 0,004. Variabel pelayanan dengan nialai t-hitung sebesar 3,023 dan probabilitas signifikan 0,003. Berdasarkan uji *R Square* (R) pengaruh yang diberikan sebesar 23,5% sedangkan sisanya 76,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci: ***Kualitas Produk, Pelayanan dan Kepuasan Nasabah***

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Aceh Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S-1)
Dalam Studi Perbankan Syariah

Diajukan Oleh:

YUSRA

Mahasiswa Fakultas Agama Islam
Jurusan Perbankan Syariah
NPM : 1805190005

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Puji Aryani, S.E.,M.Sc., Ph.D	**Hemma Marlemyv, S.E., M.Si., Ak**

Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh
Dinyatakan Lulus dan Diterima Sebagai Tugas Akhir
Penyelesaian Program Sarjana (S-1) dalam
Program Studi Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal
Kamis, 18 Agustus 2022 M
20 Muharam 1444 H

Di
Banda Aceh

PANITIA SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Ketua,

Puji Aryani, S.E., M.Sc., Ph.D

Sekretaris,

Hemma Mayenny, S.E., M.Si, Ak

Anggota,

Harisna Rais, S.H.I., M.E.I

Anggota,

Susi Wardani, S.H.I., M.Ag

Mengetahui :
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Aceh

Dr. Rosnidarwati, S.Ag., M.A

KATA PENGANTAR

بِسْـــــــــــــمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah mencurahkan segala rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh"**

Akhirnya penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak untuk kesempurnaan di masa yang mendatang. Kepada Allah jualah kita berserah diri semoga kita selalu dalam lindungannya. Amin Yarabbal Alamin.

Banyak hambatan dan rintangan dalam menyelesaikan Skripsi ini, akan tetapi penulis terus berjuang agar dapat menyelesaikan permasalahan penulis dalam menuntut ilmu, adapun Islam mengangkat derajat orang beriman dan berilmu pengetahuan beberapa derajat. Dalam kesempatan ini, perkenankan penulis mengucapkan ribuan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu **Dr. Rosnidarwati, S,Ag., M.A** selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Ibu **Puji Aryani, S.E., M.Sc., Ph.D** selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Ibu **Harisna Rais S.H.I.,M.E.I** selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Aceh.
4. Ibu **Puji Aryani,S.E., M.Sc., Ph.D,** selaku dosen Pembimbing I dan Ketua Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Aceh.
5. Ibu **Hemma Marlenny, S.E., M.Si, Ak** selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang dengan kerendahan hatinya bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan, ilmu, nasihat serta bimbingan yang sangat berarti selama penyelesaian skripsi.

6. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam khusus staf pengajar pada Prodi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Ayah dan Ibu yang telah mendidik, membesarkan, serta mencurahkan kasih sayangnya serta doa kepada penulis guna tercapainya cita-cita dan terima kasih juga kepada kawan-kawan yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
8. Wahyuni adik tercinta yang selalu senantiasa memberikan motivasi, dukungan dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Mardani, Hasnah Parida, Widya, Aminah, Jamilah, Lisa, Tiara dan Rahmi, yang selalu memberikan semangat, dan doa dalam penyelesaian skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi yang merupakan hasil dari praktik kerja lapangan, tentunya tidak terlepas dari kekurangan. Oleh karena itu, dengan penuh harapan kepada semua pihak agar sudi kiranya memberikan kritikan dan saran yang membangun dan dapat bermanfaat bagi penulis dan membaca nantinya. Akhirnya kepada Allah SWT kita berserah diri, karena suatu tidak akan terjadi jika melainkan atas kehendak-Nya dan kita selalu dalam lindungan Allah SWT.

Banda Aceh, 18 Agustus 2022

YUSRA
NPM: 1805190005

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK…….. i
KATA PENGANTAR…… ii
DAFTAR ISI…….. iii
DAFTAR TABEL…….. iv
DAFTAR GAMBAR……. v

BAB I PENDAHULUAN……. 1
A. Latar Belakang……. 1
B. Rumusan Masalah…… 5
C. Tujuan Penelitian……. 5
D. Manfaat Penelitian…… 6
E. Ruang Lingkup Penelitian…… 6
F. Metode Penelitian……. 7
G. Instrumen Penelitian……. 10
H. Teknik Pengumpulan Data…… 13
I. Operasional Variabel Penelitian…… 14
BAB II KAJIAN PUSTAKA……. 16
A. Pengertian Perbankan Syariah…….. 16
B. Prinsip Perbankan Syariah…… 17
C. Produk Perbankan Syariah…… 17
D. Kerangka Tioritis…….. 22
E. Penelitian Terdahulu……. 35
F. Kerangka Pemikiran……. 38
G. Hipotesis Penelitian…….. 39
H. Keterkaitan Antar Variabel…….. 39
I. Landasan Syariah……. 41
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN…….. 44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian…….. 44

B. Karakteristik Responden …….. 50
C. Deskriftif Output Statistik……. 53
D. Uji Asumsi Klasik……. 58
E. Analisis Regresi Linier Berganda……. 61
F. Uji Hipotesi……... 63
G. Pembahasan……... 65
BAB IV PENUTUP……. 67
A. Kesimpulan..... 67
B. Saran……. 67

DAFTAR PUSTAKA……. 69
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner……

Lampiran 2. Tabulasi Data…….

Lampiran 3. Titik Persentase Distribusi T……..

Lampiran 4. Titik Persentase Distribusi F……..

Lampiran 5. Persentase *Frequency* Tabel……..

Lampiran 6. Prsentase Frekuensi……

Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinieritas…….

Lampiran 8. Hasil Regresi Berganda…….

Lampiran 9. Pengaruh variabel bebas terhadap kepuasan nasabah……

Lampiran 10. Model Summary……....

Lampiran 11. ANOVA……..

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki beragam suku bangsa, bahasa, dan agama dengan jumlah penduduk 240 juta. Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Semakin majunya sistem keuangan dan perbankan serta semakin meningkatnya kesejahteraan, kebutuhan masyarakat khususnya muslim menyebabkan semakin besarnya kebutuhan terhadap layanan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Atas dasar dorongan kebutuhan masyarakat terhadap layanan jasa perbankan syariah, maka didirikan bank syariah pertama di Indonesia, yaitu PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang sesuai akte pendiriannya, berdiri pada tanggal 1 November 1991. Sejak tanggal 1 Mei 1992 Bank Muamalat resmi beroperasi. Semenjak itu pemerintah Indonesia mulai memperkenalkan *dual banking system*, yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Komitmen pemerintah dalam usaha pengembangan perbankan syariah, baru mulai terasa sejak tahun 1998 yang memberikan kesempatan luas kepada bank syariah untuk berkembang. [1]

Melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, eksistensi dari perbankan syariah di Indonesia benar-benar telah diakui. Hal ini tampak kata-kata bank berdasarkan pada prinsip syariah. Dalam pasal 1 ayat (13) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 disebutkan bahwa prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya

[1] Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 203.

pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).[2]

Banyaknya penduduk Muslim di Indonesia, menjadikan Indonesia memiliki prospek yang bagus bagi pengembangan perbankan syariah di masa yang akan datang. Hal ini dilihat dari sumber daya manusia dan aktivitas perekonomian suatu wilayah serta pola sikap dari perilaku ekonomi terhadap produk dan jasa bank syariah. Tingkat kesadaran bersyariah masyarkat yang semakin meningkat membuat tuntutan untuk menggunakan industri jasa syariah juga semakin meningkat. Tidak hanya industri keuangan seperti bank syariah, tetapi juga terhadap hotel, usaha wisata, salon, dan lain-lain. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk mengganti usahanya menjadi berbasis syariah atau membuka anak cabang perusahaan yang berbasis syariah. Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang dimaksud dengan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Berdasarkan UU perbankan syariah No. 21 Tahun 2008 tersebut, disebutkan bahwa bank konvensional yang hendak melaksanakan usaha syariah harus membentuk Unit Usaha Syariah (UUS) yang khusus beroperasional dengan menggunakan sistem syariah.

Adanya Undang-Undang ini membuka peluang yang sangat besar bagi perbankan syariah dalam menjalankan usahanya, sehingga perbankan syariah saat ini dapat leluasan bersaing dengan bank-bank konvensional yang sudah ada sejak kemerdekaan Indonesia. Fungsi utama bank syariah dalam mejalankan usahanya adalah sebagai penghimpunan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Pentingnya inovasi produk dan layanan pada nasabah bagi kelanjutan dan kesinambungan bisnis perbankan, maka bank syariah sebagai lembaga

[2] Khotibul Uman, S.H.,LL.M dan Dr. H. Setiawan Budi, Utomo *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangan di Indonesia*, (Jakarta: Selemba Empat, 2016), hal. 33.

bisnis tidak bisa mengisolasi diri dalam hal ini. Agar bisa tetap *survive*, bank-bank syariah harus secara terus menerus melakukan berbagai inovasi, termasuk mendesain berbagai produk, baik penghimpunan dana maupun pembiayaan semenarik mungkin.

Secara umum, kualitas bukan hanya melekat pada produk nyata yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, tetapi juga pada pelayanan atau jasa yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada konsumennya. Kualitas pelayanan yang dapat menghasilkan kepuasan konsumen merupakan faktor penting bagi suatu perusahaan untuk bertahan bahkan memenangkan persaingan. Kualitas jasa merupakan hal yang penting dalam menjalankan kegiatan perbankan agar dapat memenangkan persaingan.[3]

Pelayanan yang baik menghasilkan kepuasan, menciptakan hubungan yang harmonis dan silaturahmi yang lancar.[4] Lebih dari itu juga membangkitkan keinginan nasabah untuk memilih produk yang dirasakan cocok, dan jika pelayanan yang diterima menyenangkan, nasabah akan mengendalikan faktor eksternal yang merusak citra bank yang digunakan.[5] Kepuasan nasabah merupakan inti dari pencapaian profit dalam jangka panjang. Kepuasan pelanggan didasarkan pada upaya meniadakan atau setidaknya mengurangi kesenjangan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang (pelanggan) setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan yang diharapkannya. Kepuasan pelanggan harus didahulukan dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari seorang pemasok, produsen, atau penyediaan jasa.

PT. Bank Aceh adalah sebuah badan hukum yang disahkan berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411. AH. 01. 02 Tahun 2009 Tentang perubahan nama perseroan menjadi PT. Bank Aceh dan terakhir diubah (konversi) menjadi PT. Bank Aceh Syariah yang

---

[3] Djunaidi,M.,A. K. Alqhofari,dan D. A. Rahayu, Penilaian Kualitas Jasa Pelayanan Lembaga Bimbingan Belajar Prigma Berdasarkan Prefensi Konsumen, (*Jurnal ilmiah Teknik Industri,* 2006), hal. 25-32.

[4] Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia 2010), hal. 86.

[5] Engel dan Oliver dalam Hasan , *Marketing Bank Syariah*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2010), hal.86.

menjalankan kegiatan usaha syariah berdasarkan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa Tanggal 26 Mei 2015 dengan Risalah Rapat Nomor 122/w/sr/2015, dengan Akta No. 2 Tanggal 4 Juni 2015 yang dibuat oleh Syukri Rahmat, SH, M. Kn, Notaris di Bank Aceh, (Akta Bank Aceh).

Bank Aceh Syariah adalah sebuah lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah (Al-Quran dan Hadist), Bank Aceh Syariah yang berfungsi sebagai sarana untuk memudahkan nasabah dan melancarkan aktivitas nasabah seperti penarikan, penyetoran, pembelian pulsa serta transaksi lainnya, Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh menawarkan berbagai macam produk-produk yang dapat diterima dengan mudah oleh nasabah serta dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas yang lengkap dengan fasilitas untuk kenyamanan dan kemudahan nasabah, keberadaan bank syariah disamping bank konvensional saat ini dinilai sebagai persaingan karena mereka sama-sama mengeluarkan produk-produk yang sama namun berbeda dalam segi sistem maupaun bagi hasil dalam administrasi.

Produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh meliputi produk penghimpunan dana seperti Produk Tabungan Firdaus, Tabungan Simpeda, Tabungan Haji, Tabungan Seulanga, Tabungan Aneka Guna, Tabungan Pensiun, Tabungan Sahara dan Tabungan *Simple* yang dikhususkan hanya kepada anak sekolah, dari produk-produk diatas memiliki keunggulan masing-masing, adapun produk-produk pembiayaan adalah pembiayaan *Qardhu Hasan*, pembiayaan *Musyarakah*, pembiayaan *Mudharabah*, pembiayaan *Wakalah* dan pembiayaan *Murabahah* yang sering di gunakan oleh Pegawai Negeri Sipil (PNS) untuk pembiayaan komsumtif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Heldalina[6] terdapat 20 orang responden Bank Aceh Syariah Cabang Bener Meriah terdapat 18 keluhan.

[6] Heldalina, Sumber: *Data Diolah Penelitian Terdahulu*, 2018, hal. 4.

Permasalahan yang paling banyak dikeluhkan terjadi pada variabel *convenience* mempunyai peresentasi yang paling tinggi, yaitu 38,85% keluhan.

Variabel *convenience* dalam hal di atas yakni menyangkut tentang sedikitnya kantor cabang pembantu, keterbatasan Anjungan Tunai Mandiri (ATM), dan seringnya terjadi permasalahan *SMS Banking*. Hal tersebut merupakan faktor terpenting untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah. Zaman yang sudah semakin maju dan teknologi yang semakin canggih, menjadikan masyarakat membutuhkan kemudahan dalam transaksi yang akan mereka lakukan. Anjungan Tunai Mandiri (ATM) merupakan hal terpenting karena masyarakat zaman sekarang sudah tidak lagi mau membawa uang tunai dalam jumlah besar bila sedang berpergian. Mereka hanya perlu membawa sebuah kartu kecil yang dapat diambil sewaktu-waktu.

Seperti yang dilihat penulis sewaktu magang bahwa nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh ada beberapa nasabah yang kurang puas terhadap pelayanan, karana tanpa pelayanan yang baik maka masyarakat tidak akan bertransaksi di Bank Aceh Syariah, untuk itu maka Bank Aceh Syariah harus mampu menjaga kepercayaan dan pelayanan bahwa melayani nasabah dengan baik.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian seberapa besar tingkat kepuasan nasabah terhadap bank syariah. Penelitian ini, penulis akan meneliti pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dengan judul **''Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah Pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh''.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah yang dapat diidentifikasikan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah?

3. Apakah kualitas produk dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai beikut:

1. Menganalisis pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.
2. Menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan mengenai hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap perbankan syariah dan sebagai implementasi pengetahuan teoritis yang diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pembuatan keputusan manajemen serta mengevaluasi dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Insani (SDI) agar kualitas jasa pelayanan menjadi lebih baik.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan acuan untuk mengadakan penelitian selanjutnya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dikemukakan di atas, serta rumusan masalah dan tujuan penelitian maka ruang lingkup dalam penelitian ini adalah dibatasi dengan judul pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

1. Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan pemahaman, penjelasan dan penelaahan bahasa pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penelitian ini disusun dengan sistematika berikut:

BAB I: Pendahuluan

Merupakan bab pendahuluan yang di mana di dalamnya berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan, Hipotesis dan Metode Penelitian.

BAB II: Kajian Pustaka

Merupakan bab tinjauan pustaka yang di dalamnya berisi Teori-Teori yang Relevan dengan Penelitian yang Menjelaskan Tentang Kualitas Produk, Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah, Jurnal Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesis, Hubungan antar Variabel Penelitian dan Landasan Syariah.

BAB III: Hasil Penelitian

Merupakan bab berisi tentang Gambaran Objek Penelitian, Karakteristik, Sampel, Analisis Terhadap Penelitian dan Pembahasan.

BAB IV: Penutup

Merupakan bab Penutup yang berisi tentang Kesimpulan dan Saran.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan termasuk ke dalam penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris di mana data-datanya dalam bentuk sesuatu yang dapat dihitung.

2. Lokasi dan Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dan penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner. Penelitian ini akan membahas tentang pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah, di mana yang menjadi variabel bebas yaitu kualitas produk dan pelayanan, variabel terikat yaitu kepuasan nasabah.

Tempat penelitian ini adalah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh yang beralamat di Jln.Tgk. Mohd. Daud Beureuh No. 161 Banda Aceh 23121. Penelitian ini dilakukan dari tanggal 12 April-24 Mei 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

a. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang sejenis akan tetapi berbeda karena karakteristiknya. [7]Secara sederhana populasi dapat diartikan sebagai subjek pada wilayah serta waktu tertentu yang akan diamati atau diteliti oleh penelitian. Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pendapat tersebut jumlah populasi dalam penelitian ini 9.621 orang nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh.

b. Sampel

Sugiyono menyebutkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi.[8] Pengukuran sampel dilakukan melalui statistik atau berdasarkan pada estimasi penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *probabilitas sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, di mana pengambilan anggota sampel dipilih secara acak tanpa memperhatikan stara yang ada pada populasi. Sampel penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh sebanyak 100 orang.

---

[7] Supranto dan Limakrisna, *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesisi, Dan Disertasi. Mitra Wacana Media*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2013), hal. 56.

[8] Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kuantitatif*, (R & D. CV. Alfabeta Bandun,2014),hal.334.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyebarkan angket atau kuesioner.

H. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang digunakan oleh peneliti ialah sumber data primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi yang di dapatkan secara langsung oleh peneliti dari sumbernya.[9] Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembagian kuesioner untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data yang kedua (sesudah data sekunder) yang berfungsi memberikan keterangan atau data pelengkap sebagai data pembanding. Penelitian ini data sekunder bersumber dari studi pustaka melalui artikel, buku, dan majalah perbankan.

a. Angket (Kuesioner)

Angket (kuesioner) merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang bersifat terbuka maupun tertutup yang harus dijawab oleh responden penelitian. Angket bertujuan untuk memperoleh informasi dari responden tentang hal-hal yang diketahui. Untuk memperoleh data mengenai pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh maka dilakukan dengan membagikan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan lembar pertanyaan dalam bentuk data tertulis yang telah dipersiapkan kepada responden.

---

[9] Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana,2013),hal.29.

b. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran skala *likert*. Skala *likret* digunakan untuk mengukur tingkat kesetujuan dan tidak kesetujuan seseorang terhadap suatu objek. Setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden diberi nilai atau bobot yang disusun secara bertingkat berdasarkan skala *likert* seperti pada table 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1

No	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Sangat tidak setuju	1
2.	Tidak setuju	2
3.	Kurang setuju	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat setuju	5

I. Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah semua hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajarai sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.[10]

a. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel penyebab timbulnya perubahan pada variabel terikat. Variabel independen biasa ditulis dengan simbol X. Variabel independen pada penelitian ini adalah varaibel kualitas produk(X1) dan variabel pelayanan(X2).

b. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen biasanya ditulis dengan simbol Y. Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

[10] Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kuantitatif*, (R & D. CV. Alfabeta Bandung 2007), hal.59

J. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu unsur-unsur dalam penelitian untuk mengukur variabel sehingga dengan melakukan pengukuran maka dapat diketahui indikator-indikator apa saja yang akan disajikan sebagai pendukung dari variabel yang nantinya dianalisis.

Tabel 1.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Independen (variabel X)		
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.[11]	1. Performa, produk-produk Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh sangat bagus. 2. Keistimewaan, produk-produk Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh sudah berbentuk badan hukum dari menteri keuangan RI. 3. Konformitas saya meyakini bahwa produk Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh sangat sesuai antara isi dan tampilan. 4. Daya tahan, saya meyakini bahwa produk Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh selalu dipantau oleh dewan pengawas.
Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan	1. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh melayani transaksi nasabah dengan cepat, akurat, dan teliti.

[11] Kotler dan kaller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal.143.

	oleh pelanggan atau yang tersirat dalam diri pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan kunci menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.[12]	2. Nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh tidak pernah menunggu terlalu lama untuk memperoleh pelayanan. 3. Nasabah merasa senang dengan pelayanan yang di berikan Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. 4. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh tidak pernah membuat kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah.
Dependen (variabel Y)		
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk yang dibeli.[13]	1. Saya puas dengan pelayanan Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. 2. Saya senang dengan fasilitas pelengkap yang disediakan oleh Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. 3. Saya senang dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh membuat nyaman dalam melakukan transaksi di Bank.

[12] Hasan, *Marketing Bank Syariah*. Ghalia Indonesia. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hal. 91.

[13] Al-Harawi dan Tony, (*The Effect of Automated Service Quality on Australia Banks' Finacial Performance and The Mediating Role of Customer Satisfaction, International Journal of Commerce Management*, 2006), hal. 131.

4. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.[14]

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Yang itu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= n-2, dalam hal ini (n) adalah jumlah sampel penelitian, Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indicator tersebut dinyatakan valid.[15]

Sedangkan uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*), yakni dengan melihat hasil perhitungan *Cronbach alpha* > 0,60[16]

b. Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, Pengujian ini dilakukan agar estimasi yang diperoleh benar-benar relevan untuk kemudian dianalisis. Pengujian asumsi klasisk meliputi:

1. Uji Normalitas

Bertujuan untuk mendeteksi pada distribusi data dalam suatu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data yang memiliki distribusi yang normal. Uji normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafik distribusi frekuensi atas

---

[14] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Bandan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal. 45.

[15] Ibid, hal. 46

[16] Ibid, hal. 48

skor yang ada, mengingat kesederhanaan tersebut maka pengujian kenormalan data tergantung pada kemampuan mata dalam mencermati yang ada. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji grafik histogram dan uji grafik normal *P-P Plot*. Data terdistribusi normal jika nilai signifikan > 0,05.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskerdastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *Scatterplot.* Model regresi yang baik adalah yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.[17]

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yanh teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titi-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara varaibel independen. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi digunakan untuk matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dengan perhitungan program SPSS .

Jika dari matrik korelasi antara variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi adanya problem multikolonieritas, dan sebaliknya, nilai *cutoff* yang umum

[17] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Bandan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal. 139.

dipakai untuk menunjukan adanya multikolonieritas adalah *tolerance*<0,010 atau sama dengan nilai VIF>10.[18]

a. Analisis Regresi

Analisis regresi adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau *negative* dan untuk memperediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b1\ X1 + b2\ X2 + e}$$

Keterangan: Y = kepuasan

X1 = Kualitas produk

X2 = pelayanan

b1 dan b2 = koefesien

Variabel a = konstanta

e = error term

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, pengujian ini dilakukan sebagi berikut:

1. Bila t hitung > t maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Bila t hitung < t tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

[18]Ibid, hal. 140.

Ho1: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

HaI: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

Ho2: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Ha2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji Simultan (F)

Untuk melihat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

1. Bila F hitung > tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.
2. Bila F hitung < tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

Ho3: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Ha3: terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

c. Uji Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai R^2 yang semakin mendekati satu variabel independen yang ada dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi (R^2). Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat.

Melalui angka koefisien determinasi, dapat diketahui seberapa besar kemampuan variabel bebas di dalam model persamaan regresi dapat menjelaskan

variabel terikat dibandingkan dengan variabel lain di luar model. Angka koefisien determinasi adalah di antara 0 (nol) hingga 1 (satu). Semakin mendekati angka 1, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel bebas semakin besar kemampuannya dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya. Sebaliknya semakin mendekat angka 0, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel semakin kecil kemampuannya dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Perbankan Syariah

Secara bahasa bank berasal dari bahasa Italia yaitu *banco* yang artinya kepingan papan tempat buku, atau sejenis meja. Dalam bahasa Indonesia dan Melayu terdapat istilah yang relatif sama yaitu bangku.[1]

Pengertian bank menurut Undang-Undang RI No. 21 Tahun 2008 yaitu bank adalah:

a. Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.
b. Bank syariah adalah bank yng menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.
c. Bank syariah merupakan *Islamic Financial Instution* dan lebih dari sekedar bank *beyond banking* yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits yang mengacu pada prinsip *muamalah*.

Berdasarkan pengertian tersebut, perbankan syariah berarti bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dimana tata cara operasionalnya berdasarkan bermuamalat Islam dan mengacu pada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadits yaitu sesuatu itu boleh di lakukan, kecuali jika ada larangan dalam Al-Qur'an dan Hadits yang mengatur hubungan antara manusia terkait ekonomi, sosial dan politik. Sebagaimana *muamalat* berisi. ketentuan yang mengatur hubungan antara manusia dengan manusia, baik hubungan individu dengan individu maupun individu dengan kelompok.

---

[1] Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, dan Kritik*, (Yogyakarta: Teras,2012), hal. 98.

B. Prinsip Perbankan Syariah

Perbedaan utama antara bank umum dan bank syariah terletak pada sistem pemberian imbalan atau dari dana. Bank syariah tidak menggunakan sistem tidak menggunakan sistem bunga dalam menentukan imbalan atas dana yang digunakan atau dititipkan suatu pihak. Perbankan syariah tidak hanya dilihat dari ketiadaan sistem riba dalam seluruh transaksinya, tetapi dilihat dari sistem yang dapat membawa manusia mendapatkan kebahagiaan lahir dan batin. Ada beberapa prinsip utama yang dianut oleh perbankan syariah, di antaranya:

a. Larangan *riba* (bunga) dalam berbagai transaksi.
b. Menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis memperoleh keuntungan yang sah menurut syariat.
c. Menumbuh, kembangkan zakat.

Prinsip fundamental dalam perbankan syariah adalah bebas bunga, oleh karena itu perbankan syariah menerapkan pola bagi hasil. Penerapan pola pembiayaan usaha dengan prinsip bagi hasil akan menumbuhkan rasa tanggung jawab pada masing-masing pihak. Konsep yang diterapkan adalah hubungan investor yang harmonis sehingga dalam menjalankan kegiatannya semua pihak pada hakekatnya akan memperhatikan prinsip kehati-hatian. Selain itu hubungan dengan nasabah adalah hubungan mitra usaha, oleh karena itu keuntungannya yang diperoleh dibagi bersama sesuai proporsi keikutsertaan sebagai mitra. Dengan demikian sebaliknya, apabila terjadi kerugian maka akan ditanggung bersama-sama sesuai dengan proporsinya.

C. Produk Perbankan Syariah

a. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang bank syariah menjelaskan bahwa penyaluran / pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan. Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunanya yaitu:

1. Prinsip Jual Beli *(Ba'i)*

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubung dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda *Trasfer Of Property*. Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan berdasarkan bentuk pembayaran dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut:[2]

a) Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* adalah transaksi jual-beli di mana bank menyebut jumlah dan keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (marjin). Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran.

b) Pembiayaan *Salam*

Salam adalah akad jual beli barang pesanan dengan pengiriman dikemudian hari oleh penjual dan pelunasan dilakukan pada saat akad, atau pembiayaan *salam* adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjual belikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli sementara nasabah sebagai penjual. Transaksi ini dari kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan harus ditentukan secara pasti.[3]

c) Pembiayaan *Istishna*

Pembiayaan *istishna* menyerupai produk, tapi istishna pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran. Skim *istishna* dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiyaan manufaktur dan kontruksi, ketentuan umum *istishna* spesifikasi barang pesanan harus jelas seperti jenis, macam, ukuran, mutu dan jumlah.[4]

2. Prinsip Sewa *Ijarah*

---

[2] Adiwarman A. Kari, Bank Islan: *Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2014), hal.98.

[3] Ibid,hal 99.

[4] Ibid,hal 100.

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi, pada dasarnya prinsip *ijarah* sama dengan prinsip jual beli. Tapi perbedaanya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang. Pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa. Perjanjian antara pemilik barang dengan penyewa memperbolehkan penyewa untuk memanfaatkan barang tersebut dengan membayar sewa sesuai dengan perjanjian antara kedua belah pihak.[5]

3. Prinsip Bagi Hasil *Syirkah*

a) Pembiayaan *Musyarkah*

Transaksi penanaman dana dari dua belah pihak atau lebih, pemilik dana untuk menjalankan usaha tertentu sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha anatara kedua belah pihak berdasarkan nisbah. Bagi hasil yang disepakati sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masin-masing.[6]

b) Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* adalah bentuk kerja sama antara dua belah pihak atau lebih, pihak pemilik modal *shahibul al-maal* mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola *mudharib* dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama dalam panduan kontribusi 100% modal kas dari *Shahibul al-maal* dan keahlian dari *mudharib*.[7]

4. Akad Pelengkap

Akad pelengkap tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksnaan pembiayaan. Dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikelurkan untuk melaksanakan akad ini. Besarnya pengganti biaya ini sekedar untuk menutupi biaya yang benar-benar timbul.[8]

a) *Hiwalah*

---

[5] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2012), hal. 10.

[6] Sumani, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2012), hal.81.

[7] Adiwarman A. Karim, Bank Islam: *Analisis Fiqh dan Keuangan* , (Jakarta: Raja Grafindo, 2014), hal. 103.

[8] Ibid, hal. 105.

Hiwalah (alih hutang-piutang) adalah membantu supplier mendapatkan modal tunai agar mendapatkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa penggantian piutang. Bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yng berutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berutang.

b) *Rahn*

Rahn (gadai) bertujuan untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digadai wajib memenuhi kriteria:

1. Milik nasabah sendiri.
2. Jelas ukuran, sifat dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar.
3. Dapat dikuasi namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.

c) *Qardh*

Qardh adalah pinjaman uang. Aplikasi *qardh* biasanya dalam perbankan ada empat hal, yaitu:

1. Sebagai pinjaman talangan haji.
2. Sebagai pinjaman tunai dari produk kartu kredit syariah
3. Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil.
4. Sebagi pinjaman kepada pengurus bank.

d) *Wakalah* (perwakilan)

Dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan dan transfer uang.

e) *Kafalah*

Kafalah (garansi bank) dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pemabayaran. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai *rahn*. Bank dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip *wadi'ah.*

b. Produk Penghimpunan Dana (*funding*)

Penghimpunan dana di perbankan syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah.*[9]

1. Prinsip *wadi'ah* (simpanan)

Wadi'ah adalah sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja penitip menghendaki. *Wadi'ah* juga dapat diartikan memberikan kekuasaan kepada orang lain untuk menjaga barang atau aset seseorang dengan sebaik-baiknya.[10]

2. Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *Mudharabah*, pemilik dana bertindak sebagai *Shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Hasil usaha merupakan bagi hasil antara satu pihak dengan pihak lain di mana pihak pemilik dana *Shahibul maal* memberikan modalnya 100% kepada pengelola *Mudharib* untuk melakukan usaha produktif. [11]

c. Jasa perbankan

Selain menjalankan fungsinya sebagai penghubung antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang kelebihan dana, perbankan syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan jasa perbankan tersebut antara lain:

1. *Sharf* (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya, jual beli valuta asing sejalan dengan *sharf*. Jual mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*) bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.[12]

2. *Ijarah* (sewa)

---

[9] Ibid, hal. 107.

[10] Ikit, *Akutansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish,2015), hal.65.

[11] Ibid, hal. 70.

[12] Adiwarman A. Kaerim, Bank Islam: *Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Erlangga, 2014), hal. 112.

Jenis kegiatan ijarah antara lain penyewa kotak simpanan *safe deposit box* dan jasa tata laksana administrasi dokumen *custodian*. Bank mendapat imbalan sewa keuangan, istilah akad *ijarah* adalah kontrak sewa *property*, seperti tanah, rumah, kendaraan, motor, dan lainnya yang disewakan kepada penyewa yang dibayar dalam serangkaian sewa.

D. Landasan Syariah

a. Al-Qur'an

Perbankan syariah yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah dan unit usaha yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, hingga proses pelaksanaan kegiatan usahanya dengan menggunakan landasan prinsip syariah. Bank syariah dikenal dengan bank Islam tanpa riba, riba di sini berarti menetapkan bunga atau melebihkan jumlah pinjaman pokok secara bathil, dan riba hukumnya haram sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al Baqarah ayat 278.

فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا۟ فَأْذَنُوا۟ بِحَرْبٍ مِّنَ ٱللَّهِ وَرَسُولِهِۦ ۖ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ
أَمْوَٰلِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.* (Q.S Al Baqarah ayat 278)[13].

Di dalam Islam, riba dalam bentuk apapun dan dengan alasan apapun juga adalah dilarang oleh Allah SWT. Sehingga hukum riba itu adalah haram sebagaimana dalil tentang riba dalam firman Allah SWT dan dalam ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan riba.

Prinsip syariah dalam pelaksanaannya juga melarang transaksi haram. Transaksi yang satu ini adalah jenis mentransaksikan suatu objek yan terlarang dalam syariah Islam. Alasan pelarangan transaksi yang satu ini mungkin suda sangat jelas,

[13] Q.S Al Baqarah, hal 278.

karena objek-objek terlarang dalam hal ini hanya akan menimbulkan mudharat yang lebih besar dibandingkan manfaat.

b. Hadist

Riba merupakan perbuatan dosa besar dengan jimak ulama berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist lain Rasulullullah bersabda:

"Dari Abu Hurairah Ra berkata: Emas dengan emas lagi yang sama jenisnya, dan timbangannya, barang siapa yang menambah atau minat tambah itu adalah riba". (HR.Muslim).[14]

Disebutkan bahwa tidak ada dosa yang lebih sadis diperingatkan Allah SWT dalam Al-Qur'an, kecuali dosa memakan riba. Bahkan Allah SWT, mengumumkan perang kepada pelakunya, hal ini tentu menunjukan bahwa dosa riba sangat besar dan berat.

c. Hal-hal yang dihindari berdasarkan landasan hukum bank syariah

Adapun beberapa hal yang perlu dihindari dalam pelaksanaan kegiatan bank syariah menurut UU No. 21 tahun 2008 antara lain adalah kegiatan-kegiatan dengan unsur:

1. Riba

Riba dalam kegiatan perbankan syariah menjadi suatu hal dilarang. Hal ini terjadi karena dengan *riba*, terjadi peningkatan jumlah pendapatan dengan cara yang tidak sah. Sebagai contoh, transaksi yang mengandung *riba* adalah transaksi pinjam-meminjam dimana nasabah dalam hal ini diminta untuk membayar pinjaman dengan jumlah yang melebihi pinjaman pokok.

2. Maisir

Maisir atau juga *Qimar*, adalah sebuah transaksi dalam bentuk permainan, dimana pihak yang menang akan mengambil keuntungan dari permainan yang kalah. Transaksi ini dihindari karena sifatnya yang tidak pasti dan cenderung untung-untungan. Praktik *maisir* yang mungkin sering terdengar adalah praktik judi.

---

[14] Muhammad Syfi'I Antoni, (Bank Syariah: Dari Teori Kepraktek. Jakarta: gema insani, 2001), hal. 44.

3. Gharar

Gharar adalah jenis transaksi yang dilarang, karena dalam hal ini, objek yang ditransaksikan bersifat tidak jelas, sehingga objek tersebut tidak dapat segera diserahkan ketika proses transaksi. Dampak yang berusaha dihindari dari transaksi ini adalah adanya tindakan zalim yang mungkin dapat dilakukan oleh salah satu pihak terhadap pihak lainnya.

4. Haram

Prinsip syariah dalam pelaksanaannya juga melarang transaksi *haram.* Transaksi yang satu ini adalah jenis mentransaksikan suatu objek yan terlarang dalam syariah Islam. Alasan pelarangan transaksi yang satu ini mungkin suda sangat jelas, karena objek-objek terlarang dalam hal ini hanya akan menimbulkan *mudharat* yang lebih besar dibandingkan manfaat.

E. Kerangka Teoritis

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang/ jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.[15] Definisi yang sederhana "perilaku konsumen" merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan (memakai, mengkonsumsi) dan menghabiskan produk (barang dan jasa) termasuk proses yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Memahami perilaku pembeli dari pasar sasaran merupakan tugas penting dari manajemen pemasaran. Untuk memahami hal ini, perilaku diketahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian.

Faktor-faktor tersebut terdiri dari faktor eksternal dan faktor internal.

a. Faktor Eksternal

1. Kebudayaan

[15] Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Gema Insani, 2014), hal. 255.

Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, yaitu mencakup segala cara-cara atau pola berpikir, merasakan dan bertindak secara definitif, kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik dari manusia dari belajar. Sedangkan kebudayaan khususnya merupakan bagian yang integral sebab kebudayaan ini timbil karena faktor ras, kebangsaan, agama, lokasi geografi, distribusi dan sebagainya.

2. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen yang bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dan keanggotaannya mempunyai nilai minat dan perilaku yang sama.[16]

3. Keluarga

Dalam keluarga masin-masing anggota berbuat hal yang berbeda dalam membeli sesuatu setiap anggota keluarga memiliki selera dan keinginan yang berbeda.

4. Kelompok

Referensi dan kelompok sosial kelompok referensi adalah kelompok yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian perilakunya. Biasanya masing-masing kelompok mempunyai pelopor opini yang dapat mempengaruhi anggota dalam membeli sesuatu. Sedangkan kelompok sosial merupakan himpunan manusia yang hidup bersama, saling berhubungan timbal balik, pengaruh mempengaruhi dan kesadaran untuk tolong menolong. Perkembangan dan perubahan suatu kelompok sosial dan mempengaruhi individu-individu dalam suatu kelompok dalam berperilaku.

b. Faktor Internal

1. Motivasi

---

[16] Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hal.262.

Menurut Sunyoto, motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan.[17]

2. Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

3. Belajar

Belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalam.

4. Keperibadian dan Konsep Diri

Keperibadian adalah pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertingkah laku. Sedangkan konsep diri merupakan pendekatan yang dikenal luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri dalam konsumen dengan *image* merek dan *image* penjual.

5. Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan adalah suatu pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai sesuatu. Sedangkan sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan-perasaan emosional dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan.

1) Kualitas Produk

Setiap organisasi (baik profit maupun non-profit) didirikan dengan tujuan-tujuan tertentu, di antaranya meraih laba, meraih tingkat penjualan tertentu, mencapai tingkat pertumbuhan tertentu, memberikan pelayanan sosial, dan sebagainya. Dalam rangka merealisasikan tujuan tersebut, organisasi atau produsen berupaya

[17] Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.* (Yogyakarta: Erlangga, 2014), hal, 265.

menghsilkan suatu produk (baik yang bersifat konkrit maupun abstarak) yang kemudian ditawarkan kepada pasar individual maupun organisasional.[18]

Menurut khotler (Kasmir, 2008) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk juga dapat didefinisikan sebagai serangkaian atribut dan termasuk manfaat atau utilitas fungsional, sosial, dan psikologis.[19]

Produk merupakan pandangan pertama bagi konsumen dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa konsumen akan menyukai suatu barang yang menarik dan bermanfaat. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik.[20] Produk yang berkualitas adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keawetan, keandala, kemudahan penggunaan dan perbaikannya, dan sifat lainnya.

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainya. Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud.

Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud miliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasakan secara langsung sebelum dibeli, sedangkan produk yang tidak bewujud berupa jasa di mana tidak dapat dilihat atau dirasakan sebelum dibeli. Produk dapat dibagi menjadi beberapa tingkat berdasarkan manfaat penggunanya, antara lain:[21]

a. Inti produk (*core benefit*)

---

[18] Tjiptono, *Strategi Pemasaran Jasa,* (Yogyakarta: Salemba Empat, 2014), hal. 104.

[19] Kasmir*, Pemasaran Basnk*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 123.

[20] Hadi, S. B, *Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan*, (Semarang: Tesis, 2002), hal. 74.

[21] Kotler,*Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi,* (Jakarta: PT. Prendallindo, 2001), hal. 279.

Merupakan manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.

b. Produk Dasar (*basic product*)

Produk dasar yang mampu memenuhi fungsi pokok produk yang paling dasar.

c. Produk yang Diharapkan (*expected product*)

Produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisi secara normal diharapkan dan disepakati untuk dibeli.

d. Produk pelengkap (*augmented product*)

Berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahkan dengan berbagai manfaat dan layanan sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.

e. Produk potensional (*potential product*)

Segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa mendatang.

Produk yang berkualitas untuk suatu produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan.

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk

a. Pasar atau Tingkat Pesaing

Persaingan merupakan penentu dalam menetapkan tingkat kualitas *output* suatu perusahaan, makin tinggi tingkat persaingan akan memberikan pengaruh kepada perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Dalam era bebas yang akan datang, Konsumen dapat berharap untuk mendapatkan produk yang berkualitas dengan harga yang lebih murah.

b. Tujuan Organisasi

Apakah perusahaan bertujuan untuk menghasilkan volume *output* yang tinggi, barang yang berharga rendah, atau mengahsilkan barang yang berharga.

c. *Testing* Produk

Testing yang kurang memadai terhadap produk yang diasilkan dapat berakibat kegagalan mengungkapkan kekurangan yang terdapat pada produk.

d. Desian produk

Cara mendesai produk pada awalnya dapat menentukan kualitas produk itu sendiri.

e. Proses Produksi

Prosedur untuk memproduksi produk dapat juga menentukan kualitas produk yang dihasilkan.

f. Kualitas *Input*

Jika bahan yang digunakan tidak memenuhi standar, tenaga kerja tidak terlatih, atau pelengkap yang digunakan tidak tepat, maka akan berakibat pada produk yang dihasilkan.

g. Perawatan perlengkapan

Apabila perlengkapan tidak dirawat secara tepat atau suku cabang tidak tersedia, maka kualitas produk kurang dari smestinya.

h. Standar Kualitas

Jika perhatian terhadap kualitas dalam organisasi tidak nampak, tidak ada testing maupun inspeksi, maka *output* yang berkualitas tinggi sulit dicapai.

i. Umpan balik konsumen

Jika perusahaan kurang sensitif terhadap keluhan-keluhan konsumen, kualitas tidak akan meningkat secara signifikan.

2. Indikator Kualitas Produk

a. Performa, berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangankan nasabah ketika ingin membeli suatu produk. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap indikator ini kurang terpenuhi, performa harus terlihat baik dan menjanjikan ketika produk tersebut diluncurkan agar timbul kepercayaan pada konsumen yang akan menerima pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan.

b. Keistimewaan, dimensi ini dapat dikatakan sebagai aspek skunder. Karna perkembangan fitur ini hampir tidak ada batasnya dengan sejalannnya perkembangan teknologi, maka fitur menjadi target para produsen untuk

berinovasi dalam upaya memuaskan nasabah. Karena setiap penambahan fitur baru akan menambah harga jual serta kualitas yang jauh lebih dari sebelumnya.

c. Konformitas, yaitu merefleksikan drajat dimana desain produk dan karakteristik operasi memenuhi standar yang telah diterapkan.

d. Daya tahan, merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Produk tersebut dikatakan awet kalau sudah banyak digunakan secara berulang-ulang atau sudah lama sekali digunakan.

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keawetan, keandalan, kemudahan, penggunaandan perbaikannya,dan sifat lainnya. Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan konsumen dapat diperbaiki. Keinginan konsumen terpenuhi sesuai dengan harapan akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut. Peningkatan kualitas produk merupakan suatu yang sangat penting, dengan demikian produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen.

2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan. Kualitas merupakan kunci menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan. [22]

Kualitas memiliki pengertian kadar, mutu, atau tingkat baik buruknya suatu hal sedangkan pelayanan adalah usaha untuk melayani kebutuhan orang lain, kemudian yang diberi berkaitan dengan jual beli suatu produk (barang atau jasa). Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan perkiraan pelanggan.

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

a. Motivasi Kerja Karyawan

[22] Hasan, *Marketing Bank Syariah. Ghalia Indonesia*, (Bogor: Erlangga, 2010), hal. 91

Karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi maka ia akan menampilkan performansi kerjanya yang terbaik yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

b. Sistem Kerja dan Sistem Pelayanan

Sistem kerja dan sistem pelayanan yang konsisten, dan fleksibel akan memudahkan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

c. Suasana Kerja di Perusahaan

Suasana kerja yang kondusif dan nyaman diperlukan untuk mendukung karyawan dalam melayani pelanggan dengan pelayanan yang berkualitas.

d. Kemampuan Kerja Karyawan

Kemampuan kerja adalah kapasitas seseorang untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan yang terdiri dari kemampuan intelektual dan fisik.

e. Lingkungan Fisik Tempat Kerja

Lingkungan fisik meliputi suhu, temperatur, peralatan kerja, keleluasan ruang kerja yang mendukung dan membuat nyaman karyawan dalam bekerja akan memudahkan karyawan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

f. Perlengkapan dan Fasilitas

Perlengkapan dan fasilitas yang lengkap dapat mendukung pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

g. Prosedur Kerja di Perusahaan

Prosedur kerja merupakan rangkain urutan tata kerja yang telah ditetapkan untuk melaksanakan tugas dengan menggunakan metode kerja yang terancam, jelas dan mudah dipahami. Prosedur kerja yang tidak membebani para karyawannya mendukung karyawan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan oleh para ahli tersebut, penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah usaha dan keunggulan yang diberikan oleh sebuah organisasi atau perusahaan yang diharapkan dapat

memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atau nasabah dan dapat menimbulkan persepsi bagi nasabah bahwa kualitas pelayanan yang diterima jauh lebih tinggi dari harapan nasabah.

2. Indikator Pelayanan

a. Kepastian, bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran, dan kualitas layanan yang diberikan.
b. Ketanggapan, suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat *responsive* dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
c. Empati, memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
d. Keandalan, kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, silap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Dasar-Dasar Etika Dalam Pelayanan

Pelayanan publik dapat diartikan secara sempit dan luas, pelayanan publik dalam arti sempit adalah tindakan pemberian barang dan jasa yang dilakukan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka pemenuhan tanggung jawab nya kepada publik. Dasar-dasar etika yang harus dijalankan oleh setiap karyawan bank syariah, seperti:

a. Transaksi harus dilayanai dengan cepat, cermat, tepat dan akurat. Cepat maksudnya adalah waktu pelayanan yang tidak terlalu lama, dan tidak membiarkan masalah terlalu lama mengantri untuk dilayani. Cermat artinya pelayanan yang diberikan harus teliti dan tidak boleh ada yang tidak sesuai

dengan standar pelayanan. Tepat artinya pelayanan diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah.

b. Karyawan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah.
c. Karyawan bank syariah juga wajib menguasai sistem dan prosedur pelayanan.
d. Jika ada nasabah yang mengadukan keluhan, maka karyawan bank syariah harus tanggap untuk menyelesaikan masalah nasabah.
e. Menciptakan hubungan yang baik antara pimpinan dan karyawan bank syariah serta dengan nasabah
f. Diharapkan karyawan bank syariah harus berlaku sopan, ramah dan selalu sigap membantu nasabah
g. Harus menjaga perasaan agar nasabah merasa tenang, aman dan nyaman ketika bertransaksi di bank syariah agar bank syariah dapat memperoleh kepercayaan nasabah.
h. Karyawan bank syariah harus selalu menunjukan sikap yang menyenangkan kepada nasabah.
i. Penataan ruangan, peralatan serta lingkungan kantor yang memenuhi syarat.

3) Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan suatu konsep yang telah dikenal dan banyak digunakan dalam berbagai riset pelanggan menganggap bahwa pelanggan dapat menilai kinerja pelayanan yang dibandingkan dengan harapan sebelum membeli atau mengkonsumsi.

1. Faktor-faktor yang memepengaruhi kepuasan nasabah

a. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
b. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil meraka menunjukan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
c. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

d. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
e. Biaya, konsumen tidak perlu menggunakan biaya tambahan atau tidak perlu menabung waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, mereka akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.
f. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
g. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.

Menurut Engel dalam Tjiptono[23] kepuasan nasabah merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak puasan timbul bila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan. Nasabah adalah individu atau lembaga yang mempunyai rekening di bank baik rekening simpanan maupun pinjam, sehingga nasabah adalah orang yang bisa berhubungan dengan bank atau menjadi pelanggan suatu bank. Kepuasan pelanggan meliputi kombinasi dari empat elemen utama, yaitu:

1. Barang dan Jasa

Kualitas perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Paling tidak standarnya harus menyamai para pesaing utama dalam industri. Untuk itu berlaku prinsip *quality comes first*, *satisfaction* program *follow*. Biasanya perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula. Sering kali itu merupakan cara mereka menjustifikasi harga lebih mahal.

2. Relationship marketing

Kunci pokok dalam setiap program promosi loyalitas adalah upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan. Asumsinya adalah bahwa relasi yang

[23] Tjiptono, *Service Quality dan Satisfaction*, (Bandung: Gema Insani, 2007), hal. 178.

tokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan dapat membangun bisnis ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan.

3. Program promosi loyalitas

Program promosi loyalitas diterapkan untuk menjalin relasi antara perusahaan dan pelanggan biasanya, program ini memberikan semacam penghargaan *rewards* khusus seperti bonus, diskon, voucer dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk/jasa perusahaan kepada pelanggan kelas kakap atau pelanggan rutin agar tetap loyal,pada produk dari perusahaan bersangkutan.

4. Fokus pada pelanggan terbaik pelanggan terbaik bukan sekedar mereka yang termasuk *heavy user*.

Tentu saja mereka berbelanja banyak, namun kriteria lainnya menyangkut pembayaran yang lancar dan tepat waktu, tidak terlalu banyak membutuhkan layanan tambahan karena mereka sangat paham mengenai cara berinteraksi dengan perusahaan dan relatif tidak sensitif terhadap harga (lebih menyukai stabilitas ketimbang terus menerus berganti pemasok untuk mendapatkan harga termurah).

Perusahaan harus terlebih dahulu memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkan benar-benar berfungsi sebagai mana mestinya sejak awal. Baru setelah itu, jika ada masalah perusahaan segera berusaha memperbaikinya lewat sistem penanganan complain. Jadi jaminan kualitas harus mendahului penanganan complain. Sistem penanganan complain yang efektif membutuhkan beberapa aspek, seperti:

a. Permohonan maaf kepada pelanggan atas ketidak nyamanan yang mereka alami
b. Empati terhadap pelanggan yang marah
c. Kecepatan dalam penanganan keluhan
d. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah / keluhan

Kepuasan nasabah adalah evaluasi setelah pembelian sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak puasan dapat timbul jika hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Pengertian kepuasan nasabah dari berbagai ahli tidak jauh berbeda hanya, tergantung dari sudut mana kita memandangnya.

Dalam melayani nasabah, Karyawan bank syariah harus lebih dahulu atau setidaknya mengetahui sedikit jenis nasabah yang seperti apa yang sedang mereka layani. Kebiasaan karyawan yang berhubungan dengan nasabah akan memudahkan karyawan untuk mengenali berbagai jenis nasabah, berikut 3 jenis kelompok nasabah:

1. Nasabah Baru

Nasabah baru adalah jenis nasabah yang pertama kali baru datang ke suatu perusahaan atau bank syariah. Nasabah baru adalah jenis nasabah yang mungkin kedatangannya datang ke bank syariah untuk memperoleh informasi. Jika kedatangannya pertama kali hanya untuk memperoleh informasi karena nasabah melihat sikap baik dari pelayanan yang diberikan karyawan bank syariah tersebut baik, maka tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut juga akan melakukan transaksi.

2. Nasabah Biasa

Nasabah biasa atau skunder adalah nasabah yang sudah pernah datang ke bank syariah dan turut melakukan transaksi. Hanya saja nasabah jenis ini tidak sering melakukan transaksi. Dalam hal pelayanan nasabah biasa juga perlu dilayani dengan baik, agar nasabah biasa akan sering melakukan kunjungan serta melakukan transaksi di masa akan datang.

3. Nasabah Utama

Nasabah utama adalah jenis nasabah yang sudah sering melakukan kunjungan dana transaksi di bank syariah. Loyalitas dari nasabah utama ini tidak perlu diragukan lagi, tetapi meskipun demikian pelayanan tetap harus ditingkatkan agar nasabah tidak beralih ke bank yang lain.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarka hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa penelitian sebelumnya, yaitu:

1. Heri Setiawan dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah. Persamaannya kualitas produk pelayanan dan kepuasan nasabah, perbedaan

analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Dengan analisis penelitian menunjukan bahwa secara persial antara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2. Hermanto dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan SDM Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada BPRS berkah ramadhan). Persamaannya pelayanan dan kepuasan nasabah, perbedaan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan hasil analisis variabel kualitas SDM Bank Syariah memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah baik secara persial maupun simultan.
3. Heldalina dengan judul analisis pengaruh *service quality* terhadap *costumer satisfaction* Bank Syariah (studi pada PT. Bank Muamalat Indonesia dan PT. Bank Syariah Mandiri di kota Banjarmasin). Persamaanya *surfice quality* dan *costumer satisfaction*, perbedaan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.
4. Gerrdo Adrew Tumankeng dengan judul Kualitas Produk Suku Bungan dan Kualitas Pelayanan Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado. Persamaanya kualitas produk pelayanan dan kepuasan, perbedaanya analisi data menggunakan regresi linier berganda. Dengan hasil analisis menunjukan secara simultan kualitas produk, suku bungan dan kaulitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, secara persial suku bungan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, variabel kualitas produk dan kaulitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KPR pada Bank BTN cabang Manado.

Table 2.1 Penelitian Tedahulu

No.	Penulis	Judul	Metode	Hasil

		Penelitian	Penelitian		Analisis
			Persamaan	**Perbedaan**	
1.	Heri Setiawan Maria Magdalena Minarsis dan Azis Fathom 2016	Pengaruh kualitas produk, Kualitas pelayanan,dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Dengan kepuasan Sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada nasabah koperasi Rejo Agung sukses cabang Ngaliyan	Kualitas Produk, Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah	Analisis data Menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil Penelitian Menunjukan Bahwa Secara Parsial Antara Variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah
2.	Hermanto 2013	Pengaruh Kualitas Pelayanan SDM Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (studi kasus pada BPRS Berkah Ramadhan)	Pelayanan dan Kepuasan Nasabah	Analisis Data Menggunakan Analisi Regresi Linier Berganda	Variabel Kualitas SDM Bank Syariah Memiliki Pengaruh Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Baik Secara Parsial Maupun Simultan

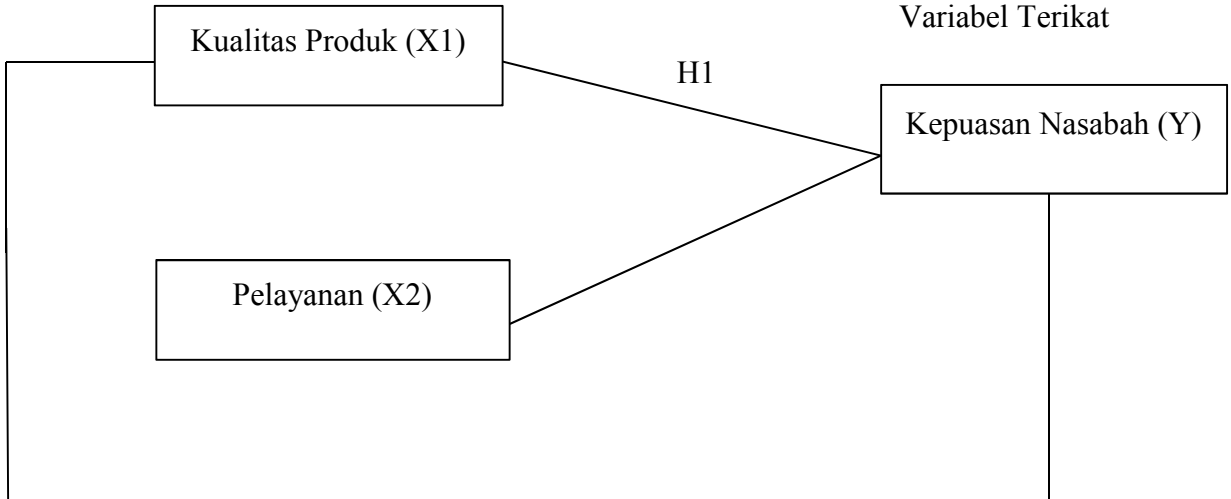
3.	Heldalina 2016	Analisi Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Bank Syariah (studi pada PT. Bank Muamalat Indonesia dan PT. Bank Syariah Mandiri di Kota Banjarmasin)	*Survice Quality* dan *Custtomer Satisfaction*	Regresi Linier Berganda dan *One Way Anova*	Menunjukan Bahwa Variabel *Survice Quality* Berpengaruh Signifikan Secara Simultan Terhadap *Costomer Satisfaction* *One Way Anova* Menunjukan Tidak ada Perbedaan Kepuasan Antar Nasabah Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri
4.	Gerardo Adrew Tumangkeng 2013	Kualitas Produk Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado	Kualitas Produk Pelayanan dan Kepuasan	Analisis Data Menggunakan Regresi Linier Berganda	Hasil Analisis Menunjukan Secara Simultan Kualitas Produk, Suku Bunga, dan Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Suku Bunga

					Berpengaruh Negatif Terhadap Kepuasan Pelanggan Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Pada Bank BTN Cabang Manado

Sumber: Data yang diolah, 2022

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan. Pemikiran ini mengacu berdasarkan kerangka pemikiran bahwa pilihan terhadap kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan. Oleh karna itu penulis menggambarkan dalam skema kerangka teori berdasarkan pembahasan dalam tujuan pustaka, yaitu sebagai berikut:



H2

H3

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang mungkin benar atau salah. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan landasan teori, maka dapat diajukan suatu hipotesis yng masih memerlukan pengujian untuk membuktikan kebenarannya, yaitu:

Ho1: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Ha1: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Ho2: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Ha2: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Ho3: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah

Ha3: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah

I. Keterkaitan Antar Variabel

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas produk adalah keseluruhan atau keunggulan sesuatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.[24] Nasabah adalah

[24] Lasander, *Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hal, 291-292.

penilaian kualitas suatu produk perbankan. Banyak ukuran yang bisa dipakai nasabah dalam menentukan kualitas produk perbankan, namun tujuan akhir yng dicapai sama yaitu mampu memberikan rasa puas kepada nasabah.[25] Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.[26] Semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna/ pelanggan selanjutnya akan berdampak positif perilaku niat seseorang dalam menyikapi pelayanan layanan tersebut,[27] penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heldelina di mana hasil penelitiannya menunjukan bahwa variabel *service quality* (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas produk dan pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menciptakan kepuasan nasabah, nasabah bercerita kepada orang lain tentang pengalamannya bagaimana kualitas produk dan pelayanannya, Tjiptono yang mengatakan bahwa kepuasan nasabah memberikan dua manfaat bagi perusahaan yaitu loyalitas dan gethok tular positif. Semakin baik tingkat kualitas produk dan pelayanan yang diberikan maka nasabah akan merasa puas, hasil analisis data menunjukan bahwa besarnya pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah 39,2%. Sedangkan variabel kualitas pelayanan memiliki berpengaruh sebesar 40.7%.

---

[25] Hidayat, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 2009), hal. 62.

[26] Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia Publisihing, 2006), hal. 59.

[27] Cronin dan Taylor dalam Nelwan dkk , *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) TBK*. Cabang Manado. *Jurnal Administarsi Bisnis*. 2016 hal 3.

BAB III
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat PT.Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Aceh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama "PT. Bank Kesejahteraan Atjeh, NV" dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960, Pada saat itu PT. Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi

pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor : 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank

Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp 150 milyar. Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp 500 milyar.

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisioner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal

Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisioner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir tahun 2017, Bank Aceh telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 86 Kantor Cabang Pembantu, 20 Kantor Kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua Kantor Cabang, dua Kantor Cabang Pembantu, dan satu Kantor Kas), dan 17 *Payment Point*. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan.

Riwayat dan Perubahan Nama Serta Badan Hukum

- 19 Nopember 1958 : NV. Bank Kesejahteraan Atjeh (BKA)
- 6 Agustus 1973 : Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (BPD IA)
- 5 Februari 1993 : PD. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (PD. BPD IA)
- 7 Mei 1999 : PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, disingkat menjadi: PT. Bank BPD Aceh
- 29 September 2010 : PT. Bank Aceh

- 19 September 2016: PT. Bank Aceh Syariah

2. Visi, Misi dan Motto PT. Bank Aceh Syariah

Selaras dengan rencana strategis jangka menengah Bank sebagaimana telah dicantumkan dalam *Corporate Plan* PT. Bank Aceh Syariah Tahun 2018 – 2022, Bank terus melakukan penguatan landasan ideal operasional melalui penyesuaian visi dan misi yang lebih kuat dan fokus pada tujuan dan cita-cita jangka panjang yang lebih akomodatif terhadap semua pemangku kepentingan. Penyesuaian landasan ideal tersebut dimulai sejak ditetapkan dengan komitmen seluruh sumberdaya organisasi dengan daya upaya maksimal untuk mewujudkannya.

Visi

Menjadi "Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia"

Misi

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
2. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi.
3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*).
4. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
5. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

Motto

Kepercayaan dan Kemitraan.

"Kepercayaan" adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang amanah dari Nasabah, Pemilik dan Masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut.

"Kemitraan" adalah suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan Nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling

membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

Dalam rangka mencapai visi, misi dan motto tersebut, usaha PT. Bank Aceh Syariah diarahkan pada pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah.

Dalam rangka mengemban visi dan misi bank tersebut, setiap karyawan dan manajemen harus dapat menganut, meyakini, mengamalkan dan melaksanakan budaya perusahaan *(corporate values)* berlandaskan kepada Budaya Aceh yang kental dengan nilai-nilai dan budaya Islam, sehingga nilai perusahaan yang sekarang diadopsi adalah Islam:

1. Integritas yaitu menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab, jujur, berkomitmen dan konsisten.
2. Silaturrahim yaitu membangun hubungan yang baik dan kemitraan dengan nasabah serta *stakeholder.*
3. Loyalitas yaitu memberikan produk dan layanan yang terbaik bagi nasabah.
4. Amanah yaitu membangun sikap untuk menepati dan memenuhi janji kepada nasabah.
5. Madani yaitu menciptakan dan mengembangkan kemajuan bank secara terus menerus.
6. Ikhlas yaitu menciptakan dan membentuk sikap yang tulus dalam bekerja dan pengabdian.

Secara keseluruhan kegiatan usaha PT. Bank Aceh Syariah mencakup :

1. Kegiatan Penghimpunan Dana
2. Kegiatan Penyaluran Dana
3. Kegiatan Pelayanan Jasa Bank[1]

[1] www.Bank Aceh co.id (Diakses pada Tanggal 25 Mei 2022)

B. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan data responden yang merupakan sampel dari 100 nasabah di Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. Adapun karakteristik yang dijelaskan oleh penulis di antaranya yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan sudah berapa lama menjadi nasabah.

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 3.1

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	**100**	**100**

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel diatas diketahui jenis kelamin responden di Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh, yang menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin leki-laki sebanyak 42 orang dengan persentase 42%, sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 58 orang dengan persentase 58%.

2. Usia Responden

Tabel 3.2

Usia Responden

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
16-19 tahun	17	17
20-29 tahun	34	34

30-40 tahun	33	33
41-50 tahun	16	16
Total	**100**	**100**

Sumber: Data Primer yang diolah , 2022

Berdasarkan keterangan tabel diatas diketahui usia responden di Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. Peneliti mengelompokan usia responden yang berusia 16-19 tahun terdiri dari 17 nasabah dengan persentase 17%, responden yang berusia 20-29 tahun terdiri dari 34 nasabah dengan persentase 34%, responden yang berusia 30-40 tahun terdiri dari 33 nasabah dengan persentase 33%, dan sisanya 41-50 tahun terdiri dari 16 nasabah dengan persentase 16%. Dari 100 kuesioner yang dibagikan. Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh adalah nasabah 20-29 tahun yang paling banyak.

3. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 3.3

Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD/sederajat	5	5
SMP/sederajat	16	16
SMA/sederajat	37	37
Perguruan Tinggi	42	42
Total	**100**	**100**

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel di atas diketahui tingkat pendidikan terakhir responden di Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden tingkat pendidikan terakhir adalah SD/sederajat sebanyak 5 orang dengan persentase 5%, responden dengan pendidikan SMP/sederajat sebanyak

16 orang dengan persentase 16%, responden dengan pendidikan SMA/sederajat sebanyak 37 orang dengan persentase 37%, dan sisanya responden yang perguruan tinggi sebanyak 42 orang dengan persentase 42%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan dari nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh adalah perguruan tinggi.

4. Tingat Pekerjaan

Tabel 3.4

Tingkat Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
PNS	13	13
Pegawai Swasta	20	20
wiraswasta	14	14
Pelajar/Mahasiswa	18	18
Ibu Rumah Tangga	15	15
Buruh/Petani	19	19
Total	**100**	**100**

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel di atas diketahui bahwa 100 responden nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh menurut pekerjaan adalah PNS sebanyak 16 orang dengan persentase 16%, responden pegawai swasta 20 orang dengan persentase 20%, responden wiraswasta 14 orang dengan persentase 14%, responden ibu rumah tangga 15 orang dengan persentase 15%, responden pelajar/mahasiswa 18 orang dengan persentase 18% dan sisanya responden buruh/petani 19 orang dengan persentase 19%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan dari nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh adalah pegawai swasta.

5. Tingkat Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

Tabel 3.5

Tingkat Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

Lamanya Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Persentase (%)
Kurang dari 3 tahu	42	42
Antara 3-5 tahun	37	37
Lebih Dari 5 tahun	21	21
Total	**100**	**100**

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel di atas diketahui bahwa dari 100 responden nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh menurut lamanya menjadi nasabah adalah kurang dari 3 tahun sebanyak 42 orang dengan persentase 42%, responden antara 3-5 tahun sebanyak 37 orang dengan persentase 37%, dan sisanya lebih dari 5 tahun sebanyak 21 orang dengan persentase 21%, hal ini menunjukakan bahwa sebagian besar tingkat lamanya menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh adalah kurang dari 3 tahun.

C. Deskriptif Output Statistik

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunaka untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu instrumen yang baik mempunyai validitas tinggi, sebaliknya jika instrumen yang kurang baik memiliki validitas rendah.

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05. Bila r hitung > r tabel maka instrumen dikatakan valid dan sebaliknya. Dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji

signifikan yang membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2. Dalam hal ini n adalah jumlah responden. Besarnya df = 100-2 atau df = 98 dengan alpha 5% sehingga di dapat r tabel = 0,196. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel sebagi berikut:

Tabel 3.6

Hasil Uji Validitas

No.	variabel	Pernyataan	Nilai kritis (*r* tabel)	*r* Hitung	Simpulan
1.	Kualitas Produk (X1)	Saya mengetahui bahwa performa produk-produk Bank Aceh syariah KPO Banda Aceh sangat bagus	0,196	0,749	Valid
		Saya meyakini bahwa produk-produk Bank Aceh syariah KPO Banda Aceh sudah terjamin karna sudah mendapatkan status badan usaha berbentuk badan hukum dari menteri keuangan RI	0,196	0,627	Valid
		Saya meyakini bahwa produk Bank Aceh syariah KPO Banda Aceh sangat sesuai antara isi dan tampilan karena saya yakin prinsip kejujuran di tanamkan di Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh	0,196	0,795	Valid

		Saya meyakini bahwa produk Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh selalu dipantau oleh Dewan Pengawas Syariah sehingga produknya dapat terjamin nilai syariahnya	0,196	0,631	Valid
2.	Pelayanan (X2)	Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh melayani transaksi nasabah dengan cepat, akurat, dan teliti	0,196	0,674	Valid
		Nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh tidak pernah menunggu terlalu lama untuk memperoleh pelayanan	0,196	0,752	Valid
		Nasabah merasa senang dengan pelayanan yang diberikan Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh karena nasabah selalu di hargai dan diberlakukan seperti keluarga sendiri	0,196	0,642	Valid
		Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh tidak pernah membuat kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah	0,196	0,716	Valid
3.	Kepuasan Nasabah (Y)	Saya senang dengan pelayanan yang	0,196	0,682	Valid

		diberikan Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dengan sangat cepat dan tepat waktu, serta pinjaman yang dapat membantu nasabah			
		Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh sangat luas, dan nyaman	0,196	0,602	Valid
		Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh menyediakan fasilitas yang lengkap untuk para nasabah	0,196	0,791	Valid
		Saya senang dengan pelayanan yang nyaman yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dalam melakukan transaksi di Bank	0,196	0,682	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai r hitung positif dan lebih besar dibanding r tabel sebesar 0,1966 maka, dapat disimpulkan bahwa indikator dari ketiga variabel X1, X2, dan Y adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke awaktu. Ukuran reliabel dapat dilihat melalui *reliability statistic* pada *nilai cronbac's alpha* dalam perhitungan menggunakan SPSS diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, maka instrumen dinyatakan semakin reliabel. Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut:

1. Reliabel jika nilai Cronbach alpha > 0,60
2. Tidak reliabel jika nilai Cronbach alpha < 0,60

Pengujian realibilitas berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap alat tes *(instrument)*. Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi apabila hasil dari pengujian tersebut menunjukan hasil tetap. Dengan demikian, instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang benar atau data yang sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui apakah pernyataan yang diajukan kepada nasabah dapat dikatakan valid atau tidak, maka penulis melakukan *pre test* kuesioner kepada nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh kepada 100 responden pada bulan April-Mei 2022.

Apabila hasil uji validasi r hitung > r tabel, maka pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya. Sampel yang digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas ini adalah 100 responden.

Tabel 3.7

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Varibel	Item	Nilai Alpha	Keterangan
Produk	4 Item	0,667	Reliabel
Pelayanan	4 Item	0,649	Reliabel
Kepuasan	4 Item	0,627	Reliabel

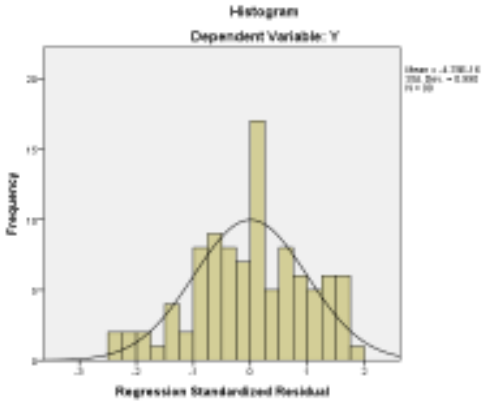
Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3.7 di atas diketahui bahwa masing-masing varibel memiliki *cronbach's alpha*>0,60. Dengan demikian variabel X1,X2 dan Y dapat dikatakan reliabel.

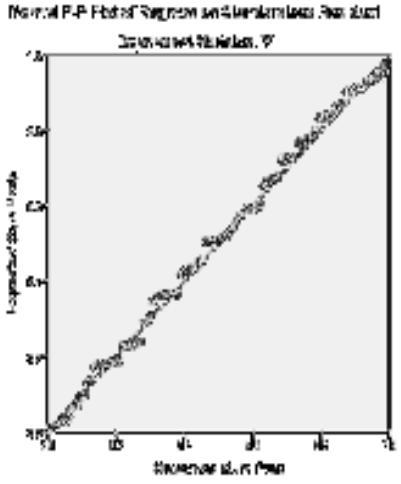
D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Sebaran atau distribusi data yang dikumpulkan dalam suatau pengamatan atau pengukuran hendaknya memenuhi asumsi kenormalan. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan 2 metode, yaitu: grafik histogram dan grafik *Normal P-P Plot*. Hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3.1
Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram

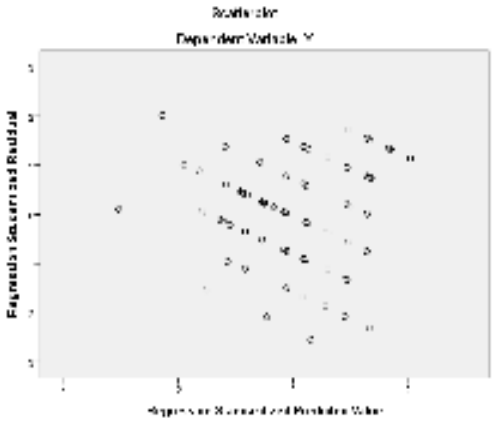


Gambar 3.2
Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Normal P-P Plot

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan grafik histogram dan grafik Normal P-P Plot diatas, terlihat bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Sedangkan pada grafik Normal P-P Plot terlihat titik searah garis diagonal. Kedua metode uji normalitas ini menunjukkan bahwa model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki distribusi data normal atau dengan kata lain data terdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari resedul atau pengamatan lain. Untuk melihat atau tidaknya gejala heterokedastisitas dalam model regresi maka dilakukan menggunakan *scatterplot.*



Gambar 3.3
Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Grafik Scatterplot

Berdasrakan hasil uji heterokedastisitas dengan grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik tersebar tidak membentuk satu pola tertentu, ini menunjukkan bahwa tidak adanya *heteroscedasticitiy.*

3. Uji Multikolinearitas

Ada banyak masalah multikolinearitas di dalam model regresi dapat dideteksi melalui nilai *tolerance* dan *variance inflation* faktor (VIF) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Suatu model regresi dikatakan terdapat gejala multikolinearitas apabila nilai *tolerance* ≤ 0,10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10. Berikut ini merupakan hasil uji statistik dengan SPSS.

Tabel 3.10

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	***Collinearity Statistics***	
	Tolerance	**VIF**
Kualitas Produk	,848	1,179
Pelayanan	,848	1,179

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Sesuai dengan ketentuan uji multikolinearitas, jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak terjadi korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan tabel statistik dapat dilihat bahwa nilai VIF dan nilai *tolerance* masing-masing variabel yaitu untuk kualitas produk (X1) nilai VIF sebesar 1,179 < 10 dan nilai *tolerance* 0,848 > 0,1, dan untuk pelayanan (X2) nilai VIF sebesar 1,179 < 10 dan nilai *tolerance* 0,848 > 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam penelitian ini. Artinya bahwa antara variabel kulitas produk (X1), pelayanan (X2) saling mengganggu atau mempengaruhi.

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan dan dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan dan kepuasan nasabah. Adapun model regresi yang dapat disusun sebagai berikut:

$$\mathbf{Y= a + b1\ X1 + b2\ X4 + e}$$

Keterangan:

Y : Variabel Kepuasan Nasabah

a : Bilangan Konstanta

b1 : koefisien regresi variabel kualitas produk

X1 : variabel kualitas produk

b2 : koefisien regresi variabel pelayanan

X2 : variabel pelayanan

E : error

Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data dengan menggnakan SPSS

Tabel 3.11
Hasil Regresi Berganda

Model	***Unstandardized Coefficients***		***Standardized Coefficients***	**t-hitung**	**Sig.**
	B	**Std. Error**	**Beta**		
(Constant)	8.131	1.652		4,923	,000
X1	,245	,083	,288	2,971	,004
X2	,275	,091	,293	3,023	,003

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk kualitas produk (X1) adalah 0,245, pelayanan (X2) adalah 0,275 dan konstanta sebesar 8,131 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

Y = 8,131 + 0,245 (X1) +0,275 (X2) + e

Model persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 8,131 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel kualitas produk (X1), pelayanan (X2) maka nilai variabel kepuasan nasabah (Y) adalah 8,131.
b. Koefisien b1 sebesar 0,245, artinya kualitas produk (X1) mempunyai koefesien regresi yang positif terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan atau nilai akan skor kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,245.
c. Koefisien b2 sebesar 0,275, artinya variabel pelayanan (X2) mempunyai koefesien regresi yang positif terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu nilai akan menaikkan skor kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,275.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Simulatan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh simultan semua variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji F. Pada penelitian ini uji F dilakukan dengan bantuan SPSS dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Jika F-hitung lebih besar dari F-tabel dan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dikatakan signifikan. Sedangkan jika F hitung lebih kecil dari F tabel dan nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05, maka model regresi dikatakan tidak signifikan. Dengan taraf signifikan sebesar 0,05 dfl (N1) = K-1 = 3-1 =2 dan df2 (N2) = n = k =100-3 = 97, dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, maka dapat ditentukan F-tabel pada penelitian ini sebesar 3,09. Berikut ini adalah hasil uji simultan:

Tabel 3.12
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F-hitung	F-tabel sig

Regression	51,565	2	25.783	14,727	3,09	,000[b]
Resedulal	168,071	96	1,751			
Total	219,636	98				

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji F di atas diperoleh nilai F-hitung sebesar 14,727 yang lebih besar dari f-tabel yaitu 3,09 dan probabilitas signifikan 0,000 < 0,05, sehingga variabel kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nsabah. Kualitas produk dan pelayanan maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

2. Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara mandiri digunakan uji parsial atau uji t. Pada penelitian ini uji t dilakukan dengan bantuan SPSS dengan taraf signifikan 0,05. Jika t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dikatakan signifikanlebih kecil dari 0,05, maka model regresi dikatakan signifikan. Dengan taraf signifikan 0,05, df = n-k = 100-3 = 97, dimana k jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, serta dengan menggunakan uji dua arah maka dapat ditentukan t tabel penelitian ini sebesar. Berikut ini adalah hasil uji persial:

Tabel 3.13
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	***Unstandardized Coefficients***		***Standardized Coefficients***	**t-hitung**	**t-tabel Sig.**
	B	***Std. Error***	**Beta**		
(Constant)	8.131	1.652		4,923	1,984 ,000
X1	,245	,083	,288	2,971	,004
X2	,275	,091	,293	3,023	,003

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai t-hitung kualitas produk (X1) sebesar 2,971 yang lebih besar dari t-tabel 1,984 dengan nilai probabilitas signifikan 0,004 < 0,05, sehingga diterima H1 yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan kata lain, tolak Ho.

Nilai t-hitung pelayanan (X2) sebesar 3,023 yang lebih kecil dari t-tabel 1,984 dengan probabilitas signifikan 0,003 < 0,05, sehingga tolak Ho dan terima Ha. Dimana H2 yang menyatakan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Keofesien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, lakukan uji *R* square (R2) dengan bantuan SPSS. Berikut ini merupakan hasil uji *R Squaer* (R2).

Tabel 3.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	***R Square***	***Adjusted R Square***	***Std. Error of the Estimate***	**Durbin-Watson**
,485[a]	,235	,219	1,32315	1,150

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

R korelasi 0,485 sampai tingkat hubungan sederhana kuat, Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai *R2* sebesar 0,235, interpretasinya adalah bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas produk, pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 23,5% sedangkan sisanya 76,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model.

G. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukan bahwa t-hitung sebesar 2,971 yang lebih besar dari t-tabel 1,984 dengan nilai signifikan 0,004 < 0,05 artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nsabah. Hasil penelitian ini di perkuat oleh penelitian Tumangkeng.[2] Hasil penelitiannya yang mendapat pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah terbuktik positif dengan nilai koefisien variabel laten pada *output path* sebesar 0,446 yang berarti terdapat pengaruh positif sebesra 44,6% terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk bank syariah maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah, karena kualitas produk bank syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah serta memiliki sifat dan ciri produk yang khas sehingga nasabah dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya dan akan merasa puas dengan produk tersebut.

2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukan bahwa nilai t-hitung sebesar 3,023 lebih kecil dari t-tabel yaitu 1,984 dengan nilai signifikan 0,003 < 0,05 artinya pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini di perkuat oleh Hermanto.[3] Hasil penelitiannnya yang mendapat Pengaruh yang diberikan oleh pelayanan terhadap kepuasan nasabah terbukti positif dengan nilai koefisien variabel laten pada *output path* sebesar 0,342 yang berarti terdapat pengaruh positif sebesar 34.2% terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah seperti, pelayanan yang cepat dan tepat waktu, pelayanan yang ramah, pelayanan yang baik dan sopan, fasilitas yang lengkap, dan pelayanan lainnya.

---

[2] Tumangkeng, G. A. Kualitas Produk, Suku Bunga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 2013, hal. 78-85.

[3] Hermanto. Pengaruh Kualitas Pelayanan SDM Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Pada BPRS Berkah Ramadhan. *Jurnal Etikonomi*. 2013, hal, 77-92.

Pelayanan merupakan hal yang penting dalam industri jasa perbankan. Pelayanan yang baik dapat menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah, semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukan bahwa nilai F hitung sebesar 14,727 lebih kecil dari t-tabel yaitu 3,09 dengan nilai signifikan 0,000<0,05. Sehingga dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini diperkuat oleh Edyansyah dan Qurtubi,[4] pada hasil pengujian variabel bebas kuliatas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah berpengaruh signifikan, dengan tingkat signifikan 0,000.

[4] Qurtubi, Ahmad Jaiz. Pengaruh Kualitas Pelayana Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah. *Skripsi:* Institut Agama Isalam Syekh Nurjati Cerebon. 2012, hal. 13

BAB IV
PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dengan tingkat signifikan yaitu 0,004 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.
2. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh dengan tingkat signifikan 0,003<0,05 sehingga dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai F-hitung sebesar 14,727 dengan probabilitas signifikan 0,000.
4. *R* korelasi 0,485 sampai tingkat hubungan sederhana kuat. Berdasarkan uji *R Square* (R) pengaruh yang diberikan sebesar 23,5% sedangkan sisanya 76,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya penulis menyampaikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh harus terus mempertahankan kualitas produk yang sudah ada, agar nasabah tetap puas dan loyal terhadap produk Bank Aceh Syariah dan tidak akan berpindah keperusahaan lain. Adapun langkah dalam meningkatkan kualitas produk adalah dengan cara selalu menjadi ciri khas produk bank itu sendiri.
2. Kualitas Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh disambut dengan reaksi positif oleh nasabah, hal ini berhubungan dengan keramahan karyawan, serta sikap profesional karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik dapat meningkat kepuasan nasabah. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh agar tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah ada supaya terciptanya kepuasan nasabah dengan memperhatiakan hal ini seperti pemberian nomor urut antri sudah berjalan baik, tetapi sebaikanya dalam pemberian pelayanan harus lebih diperhatiakn lagi, agar nasabah mendapatkan pelayanan dengan cepat.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam mengembangkan dan melanjutkan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ascarya. 2011. *Akad Dan Produk Bank Syariah*, Jakarta.

Ahmad Dahlan. 2012. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, dan Kritik*, Yogyakarta: Teras.

Adiwarman A. Karim. 2014, Bank Islam: *Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo.

Al-Harawi dan Tony. 2006. *The Effect of Automated Service Quality on Australia Banks' Finacial Performance and The Mediating Role of Customer Satisfaction, International Journal of Commerce Management*.

Adiwarman A. Kaerim. 2014. Bank Islam: *Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta.

Burhan Bungi. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana.

Cronin dan Taylor dalam Nelwan dkk . 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) TBK*. Cabang Manado*. Jurnal Administarsi Bisnis.*

Djunaidi,M.,A. K. Alqhofari,dan D. A. Rahayu. 2006. Penilaian Kualitas JasaPelayanan Lembaga Bimbingan Belajar Prigma Berdasarkan Prefensi Konsumen.*Jurnal ilmiah Teknik Industri*.

Engel dan Oliver dalam Hasan. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor.

Hasan.2010. *Marketing Bank Syariah*. Ghalia Indonesia. Bogor.

Heldalina. 2018. Sumber: *Data Diolah Penelitian Terdahulu*.

Hadi, S. B. 2002. *Analisis Fakto-Faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Tesis. Semarang.

Hidayat. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.

Ikit. 2015. *Akutansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.

Khotibul Uman, S.H.,LL.M dan Dr. H. Setiawan Budi Utomo. 2016. *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangan di Indonesia.*

Kotler dan kaller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.

Kasmir. 2008. *Pemasaran Basnk*, Edisi Revisi. Kencana. Jakarta.

Kotler.*2001. Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. PT. Prendallindo*. Jakarta.

Lasander. 2013. Citra Merek, *Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional*.

Muhammad Syfi'I Antoni. 2001. Bank Syariah: Dari Teori Kepraktek. Jakarta: Gema Insani.

Muhammad. 2012. *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia.

Supranto dan Limakrisna. 2013. *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesisi, Dan Disertasi. Mitra Wacana Media*, Jakarta.

Sugiyono. *Metode Kuantitatif, Kuantitatif*, R & D. CV. 2014. Alfabeta Bandung.

Sugiyono. *Metode Kuantitatif, Kuantitatif*, R & D. CV. 2007. Alfabeta Bandung.

Sumain. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sunyoto. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. CAPS. Yogyakart.

Tjiptono. 2014. *Strategi Pemasaran Jasa.* Edisi Pertama. Cv. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono. 2007. *Service Quality dan Satisfaction*. Edisi 2.

Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Bayumedia Publisihing. Malang.

Qurtubi, Ahmad Jaiz.2012 Pengaruh Kualitas Pelayana Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah. *Skripsi:* Institut Agama Isalam Syekh Nurjati Cerebon.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : **Yusra**
2. Tempat/tanggal Lahir : Ampakolak/02 Oktober 1999
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan/suku : Indonesia/Aceh
6. Status Perkawinan : Belum Kawin
7. Pekerjaan : Mahasiswa
8. Alamat : Jl. Muhammadiyah No. 91, Batoh, Lueng Bata, Banda Aceh 23245
9. Nama Orang Tua :
   - **a.** Ayah : **Suardi**
   - **b.** Ibu : **Patimah**
   - c. Pekerjaan Ayah : Petani
   - d. Pekerjaan Ibu : Petani
   - e. Alamat Orang Tua :Dusun Rukah Desa Ampakolak Kecamatan Rikit Gaib Kabupaten Gayo Lues
10. Riwayat Pendidikan

Lembaga Pendidikan	**Sejak Tahun**	**Kabupaten/Kota**
a. SDN 1 Rikit Gaib	2006-2011	Gayo Lues
b. SMPN 1 Rikit Gaib	2011-2014	Gayo Lues
c. SMAN 1 Rikit Gaib	2014-2017	Gayo Lues
d. Fakultas Agama Islam Universits Muhammadiyah	2017-2021	Banda Aceh

Banda Aceh, 18 Agustus 2022

YUSRA
NPM: 1805190005